



NAHLÉDNUTÍ DO PROBLEMATIKY UX VE VEŘEJNÉM PROSTORU A VIZUÁLNÍHO SMOGU

Esej k předmětu ISKM02 Design informačních služeb, rozhraní a interakcí

Autor: Andrea Malíková

UČO: 512398

Typ studia: prezenční

Ročník: 1. NMgr.

Počet znaků: 9 944

Brno
Datum odevzdání 06. 01. 2024

Účelem eseje je prozkoumání UX ve veřejném prostoru současně s problematikou vizuálního smogu. Inspirací ke zvolení daného tématu „*Nahlédnutí do problematiky UX ve veřejném prostoru a vizuálního smogu*“, mi byla přednáška Veroniky Rút Fullerové, která se konala v rámci předmětu „*Design informačních služeb, rozhraní a interakcí*“. Překvapilo mě, že existuje koncept UX v kontextu městského prostředí a že se tímto tématem někdo aktivně zabývá. Dříve jsem vnímala nové nejen urbanistické projekty či rekonstrukce ve městě jako oblast, která se zdála méně podnětná, jelikož jsem předpokládala, že hlavní roli ve změnách a budování nových prostor hrají samotná města s již ustálenými postupy a firmami, které tyto návrhy realizují. Případně, že je prostor měněn s jinými kompetentními osobami, nejčastěji architekty a designéry, na základě výběrových kol soutěží. Avšak mé předchozí přesvědčení bylo vyvráceno a dané téma mě zaujalo natolik, že jsem se rozhodla alespoň na obecné úrovni prozkoumat tuto designovou oblast.

Zajímavým zdrojem, který mi pomohl ve směřování myšlenek je především příručka „*Kuchařka kultivace českých měst*“ od Veroniky Rút Fullerové, která je dostupná online ve formě PDF na její webové stránce¹. Informace zde uvedené dávají prostor k hlubšímu zamyšlení a propojení myšlenek, a to především díky know-how a příkladům z praxe. Každý z nás je nedílnou součástí veřejného prostoru, ať chceme nebo ne. Z mé perspektivy by měl každý jedinec projevovat alespoň sebemenší zájem o tento prostor, a to v pozitivním směru. Co mě osobně zneklidňuje, je například situace, kdy jdu po chodníku vedle projíždějících automobilů či pomalu posouvajících se v koloně, a někdo z vozidla bezohledně odhodí odpadky. Věřím, že podobné jednání by tito jedinci nevykonali ve svém vlastním domově či pozemku. Není to pouze otázka zanedbávání vyhazování odpadků na své místo, ale obecně problematika poškozování veřejného prostranství. Proč se tedy každý z nás nechová slušně a ohleduplně k veřejnému prostoru, kterého jsme součástí? A proč bychom se o něj měli i my, jakožto občané, aktivněji zajímat?

Kdykoli je něco nově vytvořeno či zrekonstruováno, často se objeví veřejná kritika. Příkladem může být přestavba Mendlova náměstí v Brně. I když změny ve veřejném prostoru nemusí být vždy všestranně ideální, stále představují, jak by řekl Herbert Simon: „postupy, jejichž cílem je proměna stávajících skutečností v preferované“². Vždy existuje možnost pokroku k lepšímu, ale nemůžeme opomenout ani riziko zhoršení situace, například kvůli nevhodně zvolenému řešení, jelikož ne každý UX design dopadne dle očekávání. Veřejný prostor hraje klíčovou roli v našich každodenních životech. Je to všestranné místo interakcí, cestování a prožívání, které ovlivňuje náš každodenní uživatelský zážitek.

¹ Veronika Rút Fullerová [online]. [cit. 2024-01-06]. Dostupné z: <https://veronikarut.com/>

² HERBERT, Simon, 1996. The Science of Design: Creating the Artificial. In: The Sciences of the Artificial [online]. Third. London: The MIT Press, s. 111 [cit. 2024-01-06]. ISBN 9780585360102. Dostupné z: https://monoskop.org/images/9/9c/Simon_Herbert_A_The_Sciences_of_the_Artificial_3rd_ed.pdf

Nedílnou součástí veřejného prostoru je i vizuální smog, jehož intenzita se na různých místech mění. „Městské organizace často postupují ve veřejném prostoru nekoordinovaně a vzniká vizuální smog v podobě osmi druhů košů na jednom náměstí, nesouvisejícího designu laviček apod. Často existuje nepovinná koncepce, jako je manuál veřejných prostranství, ale zaměstnanci jej neumějí aplikovat do praxe. Také nikdo nehlídá a nehodnotí výsledky rutinních rekonstrukcí méně důležitých prostor, pro které nebyla vypsána architektonická soutěž.“³ Velké množství vizuálních podnětů, a tak i nárustu informací všude kolem nás, může ovlivňovat naše prostorové vnímání a celkový dojem z prostředí.

Podle výzkumu inzertních výkonů SPIR 2022, konkrétně dle vývoje ceníkové hodnoty reklamního prostoru podle mediatypů, činí OOH 4,5 miliardy Kč, oproti například internetu, který činí hodnotově mnohem více, a to 117,7 miliardy Kč.⁴ OOH neboli Out-of-Home je forma outdoorové reklamy. Můžeme se s ní setkat jak v podobě velkých reklamních ploch, tedy billboardů, tak i jako ve formě reklamy na autobusových zastávkách či reklamních lavičkách. „Outdoorové nosiče mají výhodu dlouhodobého a pravidelného působení.“⁵ Z tohoto můžeme usoudit „vysokou četnost zásahu reklamním sdělením“.⁶ Avšak nevýhodou tohoto nosiče je, že velmi záleží na tom, kde a jak je umístěna a jak stručně a graficky je zpracována. Také často dochází k poškození těchto reklam, například grafity či kvůli povětrnostním vlivům.⁷ Přesto však jejich výskyt ve veřejném prostoru zůstává a zdá se být nadbytečným, alespoň z pohledu UX veřejného prostoru vůči obyvatelům, ne původcům reklamy. Výsledkem je často rušivé prostředí, které ovlivňuje pohodlí a estetiku veřejného prostoru. Jak tedy design veřejného prostoru včetně vizuálního smogu ovlivňuje život obyvatel?

Uvedme si několik příkladů, ze kterých můžeme mít uživatelský zážitek jakožto obyvatel veřejného prostoru. Patří sem například dopravní infrastruktura, cyklistické stezky a stezky pro pěší, chodníky, navigační systémy, dostupnost připojení k internetu, informační centra, udržitelnost a účinnost osvětlení, parky, veřejné toalety, zeleň, veřejná pítky, outdoorová sportoviště a mnohé další. Rovněž jsou zde zahrnuty faktory jako okolí škol, knihoven, muzeí, galerií, obchodů a dalších veřejných služeb. Jaké jsou projevy, vliv a důsledky veřejného prostoru? Nejde pouze o to, že máme tyto prostory k dispozici, ale jde i o to, zda jsou uživatelsky přívětivé. Jak ve svém článku *„Vizuální smog jako projev krize veřejné správy“* píše Kristýna Drápalová:

³ RÚT FULLEROVÁ, Veronika, 2023. 5. Nezbytný správce v terénu. In: *Kuchařka kultivace českých měst* [online]. Veronika Rút Fullerová, s. 21 [cit. 2024-01-06]. ISBN 978-80-907434-4-1. Dostupné z: https://veronikarut.com/wp-content/uploads/2023/04/Veronika_Rut_Fullerova_a_kolektiv_Kucharka_kultivace_ceskych_mest_04_04_2023.pdf

⁴ Vývoj podílů jednotlivých mediatypů, c2023. *Sdružení pro internetový rozvoj v České Republice* [online]. [cit. 2024-01-06]. Dostupné z: <https://www.inzertnivykony.cz/>

⁵ Výhody a nevýhody OOH reklamy, c2024. *Mediaguru* [online]. [cit. 2024-01-06]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/typy-medii/outdoor/vyhody-a-nevyhody-ooH-reklamy/>

⁶ Tamtéž

⁷ Tamtéž

„Věřím, že většina Pražanů má k pravidlům respekt a chce žít v kultivovaném městě. Není ale vždy snadné se o pravidlech dozvědět. A není snadné si představit, že naše ulice mohou vypadat podstatně jinak než dnes. Učiní-li se z vizuálního smogu společenské téma, třeba se podaří vytvořit atmosféru, kdy slušní lidé nebudou vrtat do fasád kapa desky a rozmyslí si, zda mají zapotřebí lepit na funkcionalistický výkladec fotku karimatky s ešusem.“⁸. V článku můžeme rovněž po levé straně vidět jasné příklady toho, co se myslí vizuálním smogem.

Větším problémem je však funkcionalita prostorů. Uvedme si velmi krátký příklad ohledně zeleně ve městech. Existuje nespočet pozitivních aspektů rozsáhlých zelených ploch, jež mohou ovlivnit kvalitu života obyvatel. Kromě estetického dojmu představují zelené prostory významný faktor z hlediska zlepšení kvality životního prostředí a poskytování míst pro trávení volného času. Přítomnost zelených ploch má v letních měsících obzvlášť významný vliv na snížení teploty okolního prostředí, zvláště tam, kde jsou pouze betonové plochy. Parky a zeleně rovněž poskytují stín jak pro lidi, tak i pro zvířata a rostliny. Tyto plochy bezesporu podporují sociální interakce a setkávání mezi lidmi. Jedním z příkladů může být park Lužánky v Brně.

Nicméně výběr vhodných druhů zeleně je také klíčový. Například u mateřských školek není příliš vhodné vysazovat lípy a další stromy, které uvedou do chodu alergie, zejména v jarních a letních měsících. Dále bychom si měli být jistí tím, zda je možné obstarat a zvládnout údržbu a péči o zelené plochy, vysazené rostliny a stromy. Pravidelná záливka květinových truhlíků, údržba trávníků a odstraňování listí v podzimních měsících jsou jedny z nezbytných činností pro udržení atraktivity a funkčnosti zelených ploch. Je však možné se k parku pohodlně dostat? Je to možné pro maminky s dětmi, starší obyvatele a další? Bezbariérová pěší infrastruktury také stojí za zmínku. **V podstatě jsou všechny části města propojeny a mají vliv na širokou škálu faktorů a jevů.**

Za účelem rozšíření konceptu uživatelského zážitku (UX) ve městech a redukce vizuálního smogu by bylo zajímavé a přínosné navrhnout a implementovat aplikaci či webovou platformu. Tento web či aplikace by sloužila nejen jako edukační zdroj v různých oblastech s ohledem na společenskou a osobní odpovědnost obyvatel města, ale také by poskytovala občanům možnost účasti v procesu rozhodování o realizaci nových projektů či přeměnách stávajících ve veřejném prostoru. Ovlivnění dění by bylo především formou hlasování a vyjádření preferencí jaké projekty realizovat, čímž by se podpořila vyšší informovanost, a i angažovanost ohledně UX ve veřejném prostředí.

⁸ DRÁPALOVÁ, Kristýna, c2004-2024. Vizuální smog jako projev krize veřejné správy. In: ERA21 O architektuře víc! [online]. [cit. 2024-01-06]. Dostupné z: <https://www.era21.cz/cs/clanky/clanky/2020-11-03-vizualni-smog-jako-projev-krize-verejne-spravy/>

Jsem si vědoma, že to není zase tak jednoduché a design měst je velmi komplexní záležitostí, která zahrnuje faktory jako jsou dotace a dostupné finanční prostředky, jenž nelze libovolně využívat. Máme tu také nespočet směrnic a zákonů. Nicméně, navzdory těmto omezením, myšlenka aplikace či platformy pro kreativní a přínosnou informovanost a možnost podílení se na zvolení preferujících projektů je spojena s idealistickými představami, které mohou přinést pozitivní změnu ve vnímání a zapojení občanů do rozvoje svého veřejného městského prostředí.

ZDROJE

- DRÁPALOVÁ, Kristýna, c2004-2024. Vizualní smog jako projev krize veřejné správy. In: *ERA21 O architektuře víc!* [online]. [cit. 2024-01-06]. Dostupné z: <https://www.era21.cz/cs/clanky/clanky/2020-11-03-vizualni-smog-jako-projev-krize-verejne-spravy/>
- HERBERT, Simon, 1996. The Science of Design: Creating the Artificial. In: *The Sciences of the Artificial* [online]. Third. London: The MIT Press, s. 111 [cit. 2024-01-06]. ISBN 9780585360102. Dostupné z: https://monoskop.org/images/9/9c/Simon_Herbert_A_The_Sciences_of_the_Artificial_3rd_ed.pdf
- RÚT FULLEROVÁ, Veronika, 2023. 5. Nezbytný správce v terénu. In: *Kuchařka kultivace českých měst* [online]. Veronika Rút Fullerová, s. 21 [cit. 2024-01-06]. ISBN 978-80-907434-4-1. Dostupné z: https://veronikarut.com/wp-content/uploads/2023/04/Veronika_Rut_Fullerova_a_kolektiv_Kucharka_kultivace_cesky_ch_mest_04_04_2023.pdf
- Výhody a nevýhody OOH reklamy, c2024. *Mediaguru* [online]. [cit. 2024-01-06]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/typy-medii/outdoor/vyhody-a-nevyhody-oo-h-reklamy/>
- Vývoj podílů jednotlivých mediatypů, c2023. *Sdružení pro internetový rozvoj v České Republice* [online]. [cit. 2024-01-06]. Dostupné z: <https://www.inzertnivykony.cz/>
- Veronika Rút Fullerová [online]. [cit. 2024-01-06]. Dostupné z: <https://veronikarut.com/>